

Hearing im Projekt «Attraktive Arbeitgeberin Gemeinde (AAG)»

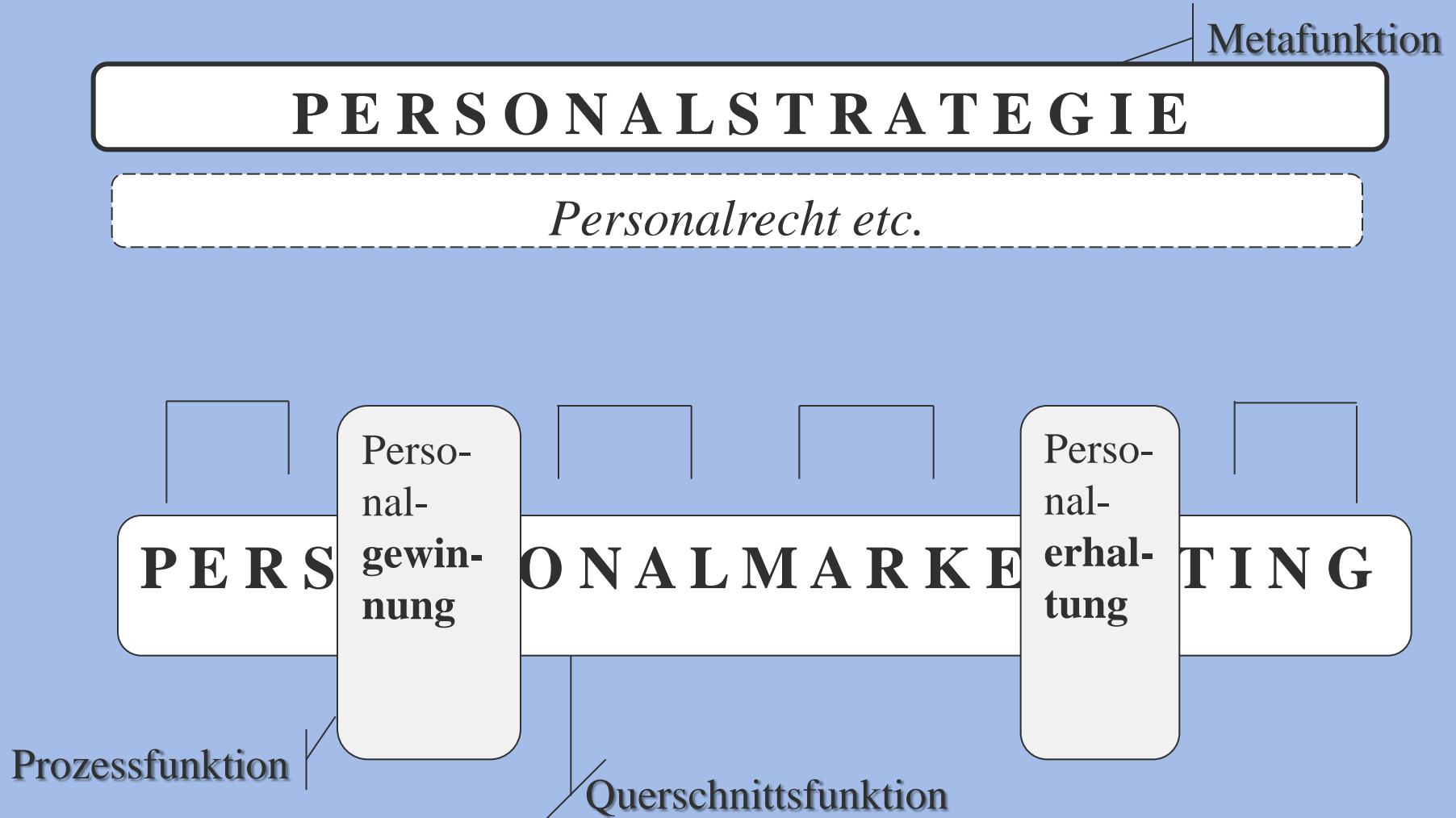
Veranstalter: **BGK Bernisches Gemeindekader
VBG Verband Bernischer Gemeinden**

Inputreferat:
 **«Erfolgreiche Konzepte zur Personalgewinnung
 und –erhaltung»**

Referent:
 Prof.em.Dr. Norbert Thom
 Prof. h.c. et Dr. h.c. mult.
 Universität Bern (www.iop.unibe.ch)

Bern, 21. Oktober 2015

Einordnung des Personalmarketings in das Funktionenabbild des Personalmanagements



Grundannahmen

**Personalmanagement besteht nicht nur aus
Personalgesetzen und –verordnungen.**

**Es erschöpft sich nicht in
Personaladministration.**

Linienkräfte müssen mitwirken.

Paradigmawechsel

Neue Wege im übergeordneten **Personalmarketing**
(Teil der Querschnittsfunktionen) mit besonderer
Auswirkung auf die Prozessfunktionen:

Personalgewinnung
und
Personalerhaltung.

Beispiel: Personalerwerbung

AIDA

ist nicht mehr attraktiv.

A = «Attention» \longrightarrow z. B.: «die schönste, verkehrs- und steuergünstigste Gemeinde»

I = «Interest» wecken \longrightarrow ist immer legitim und vernünftig

D = «Desire» \longrightarrow Der Wunsch, in dieser Gemeinde unbedingt beschäftigt zu werden, wird unwiderstehlich

A = «Action» (Handlung) \longrightarrow Bewerbung nur beim «Sender» der Botschaft

Folgen \longrightarrow sehr hoch gesteuerte Erwartungen, aber der graue Arbeitsalltag kann nur zu Enttäuschungen führen.

Das neue Leitprinzip:

GIULIO

G = „Glaubwürdigkeit“ ➡ Ist-Situation und Perspektiven

z.B. Wir sind in einer Gemeinde mit Reformbedarf. Wer anpacken will, ist willkommen!

- ▶ Der Weg zur schuldenfreien Gemeinde
- ▶ Kooperations- und Fusionsprojekte

I = „Interesse“ wecken ➡ immer notwendig

U = „Unverwechselbarkeit“ ➡ geographische, historische, kulturelle und politische Besonderheiten etc.

./.

Das neue Leitprinzip: **GIULIO** (2)

G / U...

- L = „Lesbarkeit“** ➡ **Keine Reglementstexte**
Kein gestanztes Bürokratendeutsch
Moderne Medien einsetzen
- I = „Identifikation“** ➡ **Public Service Motivation**
(u.a. Forschung am KPM der Uni Bern)
- O = „Optik“** ➡ **Professionalität im Werbeauftritt**

Substanz des Paradigmenwechsels

- ➡ **Realitätsnähe**
- ➡ **Ehrlichkeit**
- ➡ **Keine Schönfärberei**
- ➡ **Zielgruppe spezifisch ansprechen**
- ➡ **Seriöser und professioneller Auftritt**

Personalgewinnung

- ➡ Frühzeitig vermitteln: wir sind eine gute Ausbildnerin
- ➡ Durchlässigkeit der Bildungswege aufzeigen
(z. B. Höhere Fachschulen, Fachhochschulen)
- ➡ Aufrechterhaltung der Arbeitsmarktfähigkeit bis zum ordentlichen Pensionsalter (→ Weiterbildung, Rollentausch, Projektarbeiten etc.)
- ➡ Personalauswahl keineswegs der Personalabteilung überlassen (Einbezug der Linienkräfte)

Personalerhaltung

Umfassende **Anreizsysteme** gestalten:

- ➡ **Die Arbeit selbst** (sinnvoll, herausfordernd, Handlungs- und Entscheidungsspielräume)
- ➡ **Immaterielle** Anreize (Führungs- und Kooperationsstile, gelebte Verwaltungskultur, Kommunikationsverhalten, Personalentwicklung)
- ➡ **Materielle** Anreize (Anforderungs- und Marktgerechtigkeit, Fixlohn dominiert, Leistungslohn klein → mehr Personalentwicklung als Kompensation)

Fazit

- ➡ Grosse **Konkurrenzintensität** auf dem Arbeitsmarkt (öffentliche, private, NPO Arbeitgeber), verschärft durch Fachkräftemangel
- ➡ Dennoch **Chancen** für Gemeinden bei Neuausrichtung von Personalmarketing,
- gewinnung und –erhaltung
- ➡ Mehrere **Berufswechsel** werden zum Normalfall; eine Rückkehr ist möglich
- ➡ Umfassendes **Talentmanagement** (auch über Arbeitgebergrenzen hinweg)

Literaturhinweise

Sinelli, Peter: Kompetenzorientiertes Talent Management im öffentlichen Sektor. Kantonale Fallstudien zum Aufbau und Umsetzungsprozess in einem sich wandelnden Personalwesen. Bern (Haupt Verlag) 2015

Thom, Norbert: Denken Sie an GIULIO! Integratives und zielgruppenspezifisches Personalmarketing.
In: Personalführung, 37. Jg. 2004, Nr. 5, S. 1-2 (Editorial)

Thom, Norbert: Talentmanagement – generelle Erkenntnisse und Möglichkeiten im öffentlichen Sektor.
In: Das öffentliche Haushaltswesen in Österreich, 54. Jg. 2013, Heft 1-3, S. 92-105

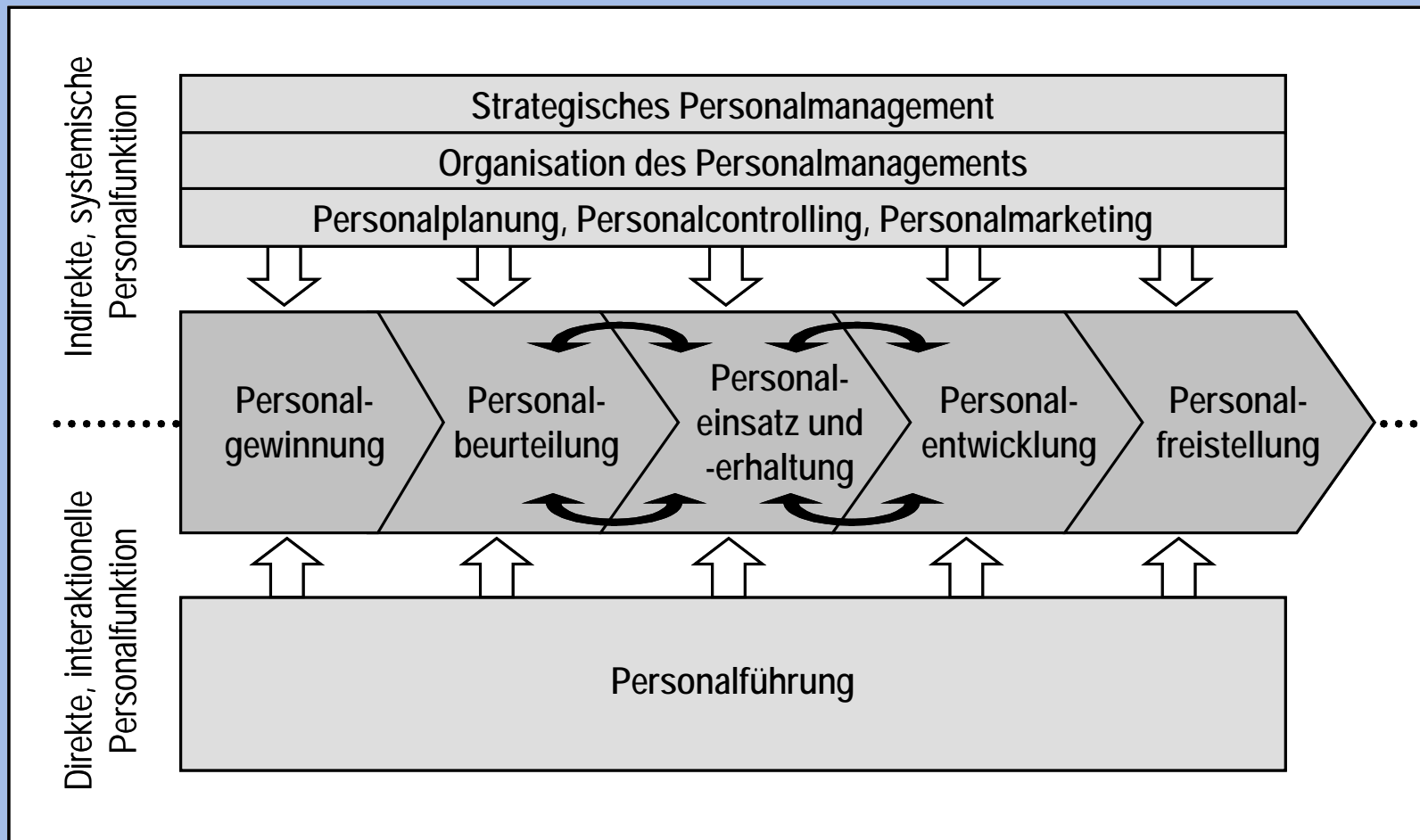
Literaturhinweise (2)

Thom, Norbert: Wer gutes Personal will, muss etwas bieten. In: Kommunalmagazin. Die unabhängige Fachzeitschrift für Entscheidungsträger im öffentlichen Dienst, 32. Jg. 2015, Nr. 2 (April-Mai), S. 12-14

Thom, Norbert/Friedli, Vera: Hochschulabsolventen gewinnen, fördern und erhalten, 4. Auflage, Bern (Haupt Verlag) 2008

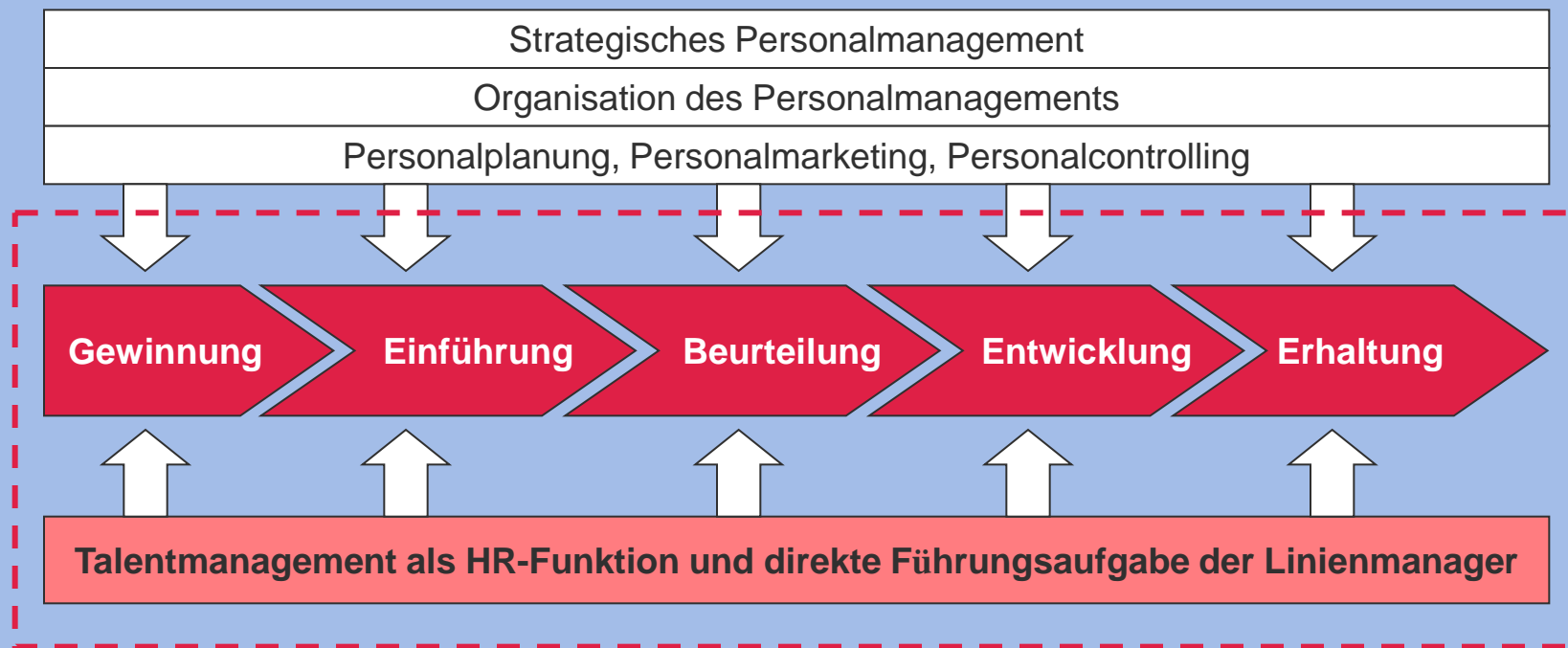
Thom, Norbert/Ritz, Adrian: Public Management. Innovative Konzepte zur Führung im öffentlichen Sektor, 4. Auflage, Wiesbaden (Gabler Verlag) 2008. **In französischer Sprache:** *Management public. Concepts innovants dans le secteur public, Lausanne (Presses polytechniques et universitaires romandes) 2013*

1. Anhang



Quelle: Thom/Ritz 2008

2. Anhang



Talentmanagement als übergreifender Kernprozess des Personalmanagements

(in Anlehnung an Jäger 2009: 20, ausgehend von Thom/Ritz 2008: 319)